「全国エキスパート工事店様 ご提案活動報告会 2012」開催

2013年3月11日、パナソニック東京汐留ビルにおいて「全国エキスパート工事店様 ご提案活動報告会 2012」が開催されました。ご参加会社様を代表して、3社のお会社様に日常の営業活動のご報告をしていただきました。その要約を本誌にてご紹介します。

全国エキスパート工事店様43社が集い 営業活動について情報交換されました

電化住宅や太陽光発電システムなど、住宅の電気工事を手掛けておられるエキスパート工事店様が集い、開催された「全国エキスパート工事店様 ご提案活動報告会 2012」。始めに、ご参加40社様の日頃のお取り組みをスライド映像でご紹介。その後、株式会社ソレールサービス様、光青電気有限会社様、株式会社恒電社様の代表3社様に詳細なご報告をいただきました。各社それぞれの創意工夫のある活動事例に熱い視線が集まりました。

6班に分かれての分科会も実施 熱い議論が展開されました

代表3社様のご発表の後、各地区織り交ぜ、6テーブルに分かれて「お取り組み事例の情報交換」をテーマに約1時間のディスカッションを行いました。イベントの仕掛けやお客様との継続した関係作りという日常的な営業活動から、新しい事業の展開や経営ノウハウまで、様々な話題で大いに盛り上がりました。

中でも注目を集めたのが、電気自動車を切り口にした太陽光発電システムの需要開発、フェイスブックなどのSNSを活用した顧客アプローチといった新しい取り組み。時代の流れを再確認され、お互いに大きな刺激を受けられました。

第二会場で行われた分科会。電気工事のプロ同士ならではの熱い話し合いが繰り広げられました

ご参加会社様（敬称略・50音順）　合計 43社

北海道	株式会社 耕電設 札幌支店
	株式会社 たかでん
	株式会社 谷電気工業所
東 北	有限会社 大森電機
	有限会社 佐々木電気工事
	荘内電気設備 株式会社
	有限会社 平泉電友社
関 東	株式会社 エコフィット
	株式会社 上條電設工業
	株式会社 関川水道
	株式会社 タイショー
	高山電業 株式会社
	株式会社 たけのうち電器
首都圏	株式会社 アースコム
	株式会社 大木無線電気
	株式会社 恒電社
	株式会社 シスコムネット
	株式会社 タケミホーム
	有限会社 福田電子
	株式会社 三早電設
	若月電業 有限会社
中 部	エース電化 株式会社
	株式会社 大島電氣工事
	株式会社 キタイ電気
	昇陽電機 株式会社
	日本エレテックス株式会社
近 畿	Mデンキ
	株式会社 サンシュウ
	株式会社 ソレールサービス
	株式会社 ダイヤホット・サービス
	株式会社 ホーム・アート
	有限会社 松本電気商会
中国・四国	株式会社 アベニュー
	光青電気 有限会社
	株式会社 TEC
	株式会社 ナリケンテクノ
	有限会社 若津電工
九 州	株式会社 宜野湾電設
	株式会社 九南
	太陽熱温水器 株式会社
	株式会社 つばき電設
	株式会社 平岩熱学
	株式会社 ファインライフ

株式会社 ソレールサービス【大阪府富田林市】
代表取締役 **府川秀哉**様

環境商材を入り口に リフォーム事業全般へ。 キーワードはお客様第一主義

株式会社 ソレールサービス
代表取締役 府川秀哉様

需要開発に結び付ける広告宣伝 複数のメディアをフル活用

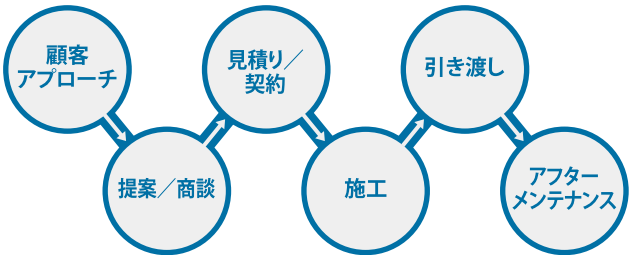
ソレールサービスは太陽熱温水器の設置を出発点に、お客様のお困りごとをひとつひとつ解決していくうちに、環境商材だけでなく、外装や水まわりのリフォームまでこなす会社に発展してきました。現在はお客様のニーズの高い太陽光発電システムが事業の柱になっています。

需要開発はチラシやホームページ、飛び込み営業、展示会とあらゆるメディアを活用しています。特に、昨年にオープンした自社ショウルームでは、年に5、6回イベントを開催。多くのご来場をいただき、受注の入り口となっています。

イベントが受注の入り口になっている自社ショウルーム

一気通貫の営業スタイルで お客様にマンツーマン対応

当社はお客様へのアプローチから商談、受注、施工、アフターメンテナンスまで、一人の営業マンがすべて担当する一気通貫スタイルです。営業といえども、屋根の上で工事もメンテナンスも行います。同じ人間がすべてを担当することで、お客様から「顔」が見える安心感が生まれます。親密度も増し、担当する人間も現場への愛着がわくという好循環が生まれます。



一人の営業マンが、全ての工程を担当する

徹底したお客様第一主義 現場品質が次の受注の決め手に

工事前後の近隣へのご挨拶はもちろん、工事中も明るく挨拶をし、「ご迷惑をおかけしています」とお声掛けをします。決して営業活動や売り込みをせず、工事でご不便やご迷惑をかけていないかの確認だけです。また、工事現場が汚れていてはご不快な思いをさせることになりますから、掃除も徹底。現場は「工事前よりもきれいにして帰る」が基本です。施工品質はプロとして当然のこと。お客様の立場で考える「現場品質」にこだわりを持っています。おかげさまで一軒工事を請け負うと、そのご近所の大半の方から受注できています。

―― 引き続き営業の最前線に立つ中川大輔次長様に、日常の現場のお取り組みをお話しいただきました。

まず、やってみなければ何も始まらない 当社は「躊躇禁止」株式会社

太陽熱温水器から始まった会社が太陽光発電やカーポート工事、水まわりリフォームと業容が拡大してきました。新しいことを始めるときに躊躇しない、まずやってみる、というのも当社の特長です。誰かが成功していれば当社でも必ずできると考え、これまで走り続けてきました。

大切なのは「お客様第一主義」。お客様のことを思う気持ちがあれば、どんなことでもやり切れる。人と人との信頼関係があればこそ、ビジネスも成り立つのだと考えています。

株式会社ソレールサービス
エコ推進事業部 次長
中川大輔様

光青電気 有限会社【島根県益田市】
代表取締役 **安達貞則**様

お客様の本音を引き出す 人間力こそが 当社自慢の光りもの

光青電気 有限会社
代表取締役 安達貞則様

受注の入り口は自社イベント 黄色い封筒が目印です

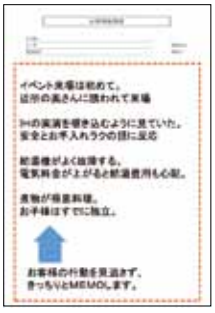
当社の地元、益田市は、山口県に隣接する約2万世帯の島根第4の都市。受注の入り口はイベントですが、小さな商圏なので年に2回と決めて実施しています。以前は地元の展示会に参加するスタイルで行い、かなりの受注に結び付いていましたが、次第に成果が出なくなり、4年前から自社イベントに切り替えました。

仕掛けは「招待状」と大きく表記した黄色の封筒。約300通を一軒一軒手渡しでご案内しています。ポスティングや新聞折り込みもやりますが、成果は低調。お客様と顔を合わせ、膝を突き合わせてきちんとご案内をするのがいちばんです。

4年間継続し、すっかり定着した黄色の封筒

イベントでのお客様とのやりとりを 徹底的にメモる面談票がポイント

手渡しで黄色の封筒を配ったお宅は、すべてリストアップして一覧表に。そしてイベントにご来場いただいたお客様とのお話を、徹底的にメモにとります。お話だけでなく、立ち止まってご覧になっていた設備、パンフレットを手に取られた商品まで見逃さず、お客様の隠れた本音をじっくり観察してメモします。


イベント来場のお客様のそぶりまで記入するオリジナル面談票

イベント終了後、このメモを元にお客様を「受注確定」「引き合い」「見込み」「将来顧客」という4つのグループに仕分けして、それぞれに担当者をつけて営業フォローをかけています。

毎回、地元ファンが来場する定例開催の自社イベント

小さい商圏ではリピートのお客様が重要 固定客になっていただくことが大切です

4年間、黄色の封筒を使い続けたことで自社イベントの認知もアップしてきました。回を重ねるごとに安定したご来場をいただけるようになり、受注件数・金額の躍進に結びついています。この成果はリピートのお客様、光青電気ファンの増加によるものです。格好の事例が83歳の男性のお宅。最初の仕事はトイレのコンセント工事でした。しかし翌年に蓄熱床暖房をご採用いただき、さらに次の年に太陽光発電システムの設置へと発展しました。

地方都市では人と人のきずなが結ばれて はじめてビジネスの花が咲く

イベントでの接客と観察眼、そしてお客様のお宅へうかがったときの30分程度の会話。これでお客様の本音を引き出して仲良くなれる社員の人間力が、他社と差別化できる当社の宝物です。そうした社員がいればこそ、地方都市の小さい商圏でビジネスを展開できているのです。

株式会社 恒電社【埼玉県伊奈町】
代表取締役 **恒石隆顕**様

電気のプロだからできる技術屋としての太陽光発電の販売手法

株式会社 恒電社
代表取締役 恒石隆顕様

時代の流れに遅れながらも 2年前に取り組み始めた太陽光発電

当社は空調事業や大手ハウスメーカー様の電気工事で順調な業績を上げていましたが、人口減少や長引く不況で住宅着工数も減少し、収益にも陰りが出始めていました。何か手を打たないと将来の経営が危ういと考え着目したのが、太陽光発電システムでした。国策や社会ニーズの追い風が今後も継続すると考えての結論でした。しかし、そう思い立ったのが2年前。業界としてはかなり出遅れての事業着手でした。まず、太陽光発電システムを社内の敷地に自家設置し、工事や申請手続き、そして発電量の確認という手順で始めました。

自社の敷地に設置した太陽光発電システム

出遅れた分、徹底したPR作戦を展開 イベントも積極的に開催しました

住宅の電気工事は県内全域で行っていましたが、太陽光発電システムはまず地元から着実に始めようと考え、沿線の車内ポスターや駅看板など、交通広告でPRしました。身近なIHクッキングヒーターと太陽光発電システムを活用した省エネイベントも定期的に開催。出遅れたことによる不利な形勢の逆転を図りました。宣伝費やイベント費も投資し、次第にその成果が出て、引き合いのお客様が増えてきました。しかし、そこに待っていたのは他社との競合でした。

沿線の車内ポスターをいろいろな切り口で展開。駅貼りの大型看板も実施

競合他社に打ち勝つための秘策は 電気工事会社の強みを活かすこと

競合にどうすれば勝てるかを悩んでいるときに思い至ったのは、「太陽光発電システムは電気を創るもの」ということ。電気工事会社の得意分野なのだから、その強みを打ち出そうという結論に至りました。そこで、気象条件による発電量の変化、パネルや電気系統に不具合が発生すると何が起こるかなど、様々な検証を実施。パネルを壊してまで徹底的に実験を重ねました。そのノウハウで、メンテナンスで圧倒的な差別化を実現。長期間の発電量の差、万一の不具合発生時の対応など、電気のプロとしてお客様にきちんとご説明することで価格競争から脱し、競合に勝つことができました。

サーモグラフによるパネル表面の温度測定風景。他にもバイパスダイオードの不具合検証や、影による発電量低下実験など、電気工事会社様にしかできない実証実験やメンテナンスを実施

新しい事業が軌道に乗ったのは 社員との経営感覚の共有

当社は月に1回、経営会議を実施。もちろん社員全員参加です。利益体質の会社にすることで、成果は給料にも反映し、モチベーションもアップします。そして何よりも経営をオープンにすることで社員一人ひとりの意識が「勤める」から「営む」へ大きく変化。全員が経営感覚を持って日常の業務に取り組んでくれています。この全員経営の体制があったからこそ、出遅れた太陽光発電事業も成功できたと確信しています。